



Егор Апполонов

СЛОВО РЕДАКТОРА

Правила игры

Газета The Daily Telegraph пишет, что каждый третий британец тайно пользуется содержимым косметички своей спутницы жизни. На первом месте среди самых востребованных предметов — пинцет. Второе место у увлажняющих средств, на третьем месте — маникюрные принадлежности, пилки и шлифовальные бруски для ногтей. Неплохие показатели у крема для лица: 8% респондентов признались, что таскают его у подруги время от времени.

Впрочем, абсолютное большинство британцев отдадут предпочтение косметике, созданной специально для мужчин. По данным аналитического агентства Mintel, 74% британцев — активные покупатели продуктов личной гигиены. Это достойный показатель. Самые же высокие продажи в этом сегменте, по данным Bloomberg, в Корее. На долю страны приходится 21% мировых продаж. В государстве с крайне высокой конкуренцией труда провозглашен лозунг «внешность — это сила».

Тренд распространился по обе стороны океана. Более половины американских мужчин утверждают, что косметика повышает их самооценку. Китайцы говорят, что использование средств по уходу за кожей делает их более утонченными и определенно способствует продвижению по социальной лестнице. По последним данным, растет спрос на мужскую косметику и в России. Мы ведь тоже понимаем, что безупречный внешний вид — немаловажный фактор успеха.



27
СТР.



8
СТР.

14
СТР.

